



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 6 novembre 2007



### Un 3<sup>ème</sup> trimestre très satisfaisant :

### PPR réalise un chiffre d'affaires en progression de 21,9% en réel et 6,8% en comparable au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007

Sur les neuf premiers mois de l'année 2007, PPR affiche un chiffre d'affaires de 14,4 milliards d'euros, en croissance de 15% en réel et 6% à périmètre et taux de change comparables par rapport à la même période de 2006. Ce chiffre d'affaires intègre les ventes de Puma, consolidé par intégration globale à partir du 1<sup>er</sup> avril 2007. En pro-forma (en intégrant Puma depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006), le taux de croissance du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2007 s'élèverait à 6,1%.

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,2 milliards d'euros, en croissance de 21,9% en réel et 6,8% à périmètre et taux de change comparables par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2006. Le chiffre d'affaires réalisé hors de France a représenté 61% des ventes totales du Groupe, contre 56% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2006.

Commentant ces chiffres, François-Henri Pinault, Président-directeur général de PPR, a déclaré : « *PPR a continué à enregistrer de très belles performances au cours du troisième trimestre, malgré un contexte monétaire international plus difficile et un environnement économique tendu. Ces résultats témoignent une nouvelle fois de l'efficiency et de l'équilibre de notre groupe tant en termes de marchés que d'implantations géographiques* ».

(en millions d'€)	Cumul à fin septembre 2007	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
Fnac	3 126	+ 6,2%	+ 6,2%	1 061	+ 7,2%	+ 7,1%
Redcats Group	3 066	- 0,8%	- 3,4%	958	+ 1,0%	- 0,6%
Conforama	2 411	+ 3,5%	+ 2,1%	888	+ 1,8%	+ 1,4%
CFAO	1 857	+ 11,7%	+ 20,9%	626	+ 14,1%	+ 23,7%
Puma	1 213		+ 1,1%	670		- 0,5%
Gucci Group	2 775	+ 9,7%	+ 15,2%	1 002	+ 10,5%	+ 15,9%
Eliminations et autres	-13	ns	ns	-10	ns	ns
<b>PPR</b>	<b>14 435</b>	<b>+ 15,0%</b>	<b>+ 6,0%</b>	<b>5 195</b>	<b>+ 21,9%</b>	<b>+ 6,8%</b>

<sup>(1)</sup> A périmètre et taux de change comparables.

## **Confirmation du dynamisme de la Fnac**

La Fnac affiche un chiffre d'affaires en hausse de 7,1% en comparable au 3<sup>ème</sup> trimestre. Fnac France gagne des parts de marchés sur tous les segments et enregistre une croissance de 5,2%, dynamisée par les performances des produits techniques (+10%). En août, la Fnac a poursuivi sa percée en périphérie des villes en ouvrant à Thiais le 3<sup>ème</sup> magasin de ce nouveau format. Quatre nouveaux magasins seront inaugurés d'ici fin 2007. Ce trimestre a été marqué par les lancements réussis de la nouvelle activité de services à domicile (formation, installation, assistance) et d'un nouveau site communautaire et culturel, Fnaclive. Par ailleurs, en adoptant une nouvelle signature, « Agitateur de curiosité », soutenue par une vaste campagne de publicité, l'enseigne réaffirme sa vocation. La Fnac poursuit son développement à l'international, où elle enregistre des ventes en croissance de 16% ce trimestre. L'enseigne y compte désormais 51 magasins qui représentent 27% de son chiffre d'affaires. Deux magasins seront ouverts en dehors de France au 4<sup>ème</sup> trimestre.

## **Résistance de Redcats Group dans un environnement concurrentiel vif**

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007, Redcats Group a réalisé un chiffre d'affaires en repli de 0,6% en comparable. Néanmoins, les marques leaders de Redcats Group ont enregistré des performances commerciales satisfaisantes, au premier rang desquelles La Redoute, tirée par les bons résultats de la période des soldes, mais également The Sportsman's Guide et le pôle grandes tailles aux Etats-Unis, ainsi que les marques scandinaves. Poursuivant son approche multicanal et sa stratégie de renforcement des marques leaders, Redcats a lancé en septembre une offre publique d'achat sur la société américaine United Retail, une opération qui permettra de mettre en place de nombreuses synergies opérationnelles. On notera aussi la bonne dynamique de l'activité Enfant-Famille et la poursuite du repositionnement des pôles Senior, Misses aux Etats-Unis et Redcats UK. Enfin, au 3<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires réalisé par Redcats Group sur internet a crû de 22%, représentant 41% du chiffre d'affaires de la vente à distance.

## **Bonne tenue de l'activité chez Conforama**

Au 3<sup>ème</sup> trimestre, les ventes de Conforama sont en progression de 1,4% en comparable et 1,8% en réel. Les performances sur le marché français sont satisfaisantes (+4%), tirées par une croissance solide du meuble (+6%), des produits bruns (+12%) et des articles de décoration (+12%). Conforama a poursuivi au 3<sup>ème</sup> trimestre sa campagne publicitaire télévisée qui a obtenu des résultats sans précédent pour une enseigne de distribution, avec un taux d'agrément de 92%. Par ailleurs, l'enseigne a ouvert son 57<sup>ème</sup> magasin hors de France, renforçant son développement à l'international, où elle enregistre une croissance de 1,7% hors Italie. En Italie, le chiffre d'affaires est en repli de 13% alors que Conforama accélère son plan de transformation des magasins Emmezetta.

## **Croissance à nouveau historique pour CFAO**

CFAO réalise un nouveau trimestre record, en hausse de 23,7% en comparable, tiré par la croissance économique du continent africain et le positionnement unique de CFAO sur ses marchés. L'activité automobile enregistre une progression remarquable de 34,3%, marquée par une très forte hausse dans les pays d'Afrique sub-saharienne, à +23%, et une percée spectaculaire dans les pays méditerranéens, à +95%. Avec un chiffre d'affaires en progression de 6,7%, la division Pharmacie maintient au 3<sup>ème</sup> trimestre un rythme de croissance élevé.

## **Chez Puma, des performances conformes aux attentes**

Au 3<sup>ème</sup> trimestre, Puma enregistre un chiffre d'affaires quasi-stable, de -0,5% en comparable. A fin septembre et en pro-forma, la performance s'établit ainsi à +3,2%, une croissance en ligne avec nos prévisions. Durant le trimestre, les ventes réalisées dans les magasins en propre ont affiché une croissance significative. Les performances de la zone Amériques sont en retrait ce trimestre, comme attendu, compte tenu notamment de la baisse de fréquentation dans les centres commerciaux aux Etats-Unis. La zone Europe/Moyen-Orient/Afrique enregistre une progression

de 1,1%, et la zone Asie-Pacifique de 7,1%, tirée par la Chine qui affiche une croissance à deux chiffres.

Puma a été très remarqué ce trimestre lors de la Coupe du Monde de rugby, notamment en tant que sponsor de Sébastien Chabal, star de l'équipe de France, que la marque a mis en scène dans une campagne publicitaire.

### **Bonnes performances de Gucci Group**

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007, Gucci Group enregistre une excellente progression de son chiffre d'affaires à +15,9% en comparable par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2006, base de comparaison très forte. Globalement, dans un environnement économique porteur, et malgré des conditions monétaires tendues, toutes les zones géographiques enregistrent une croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007. Les plus dynamiques sont l'Asie-Pacifique hors Japon (+26%) et l'Europe (+18%), zones où le groupe réalise 68% de ses ventes. La croissance est soutenue en Amérique du Nord (+10%) et au Japon (+4%), qui représentent respectivement 18% et 13% des ventes de Gucci Group. Les ventes de produits Mode et Maroquinerie poursuivent leur progression à +18% en comparable au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007, dont +8% au Japon. Au total, 32 nouvelles boutiques ont été ouvertes sur les neuf premiers mois de l'année 2007, dont quatre au 3<sup>ème</sup> trimestre.

### **Le dynamisme de Gucci se poursuit**

La marque Gucci confirme sa progression régulière, avec un chiffre d'affaires en hausse de 10,8% en comparable. Les activités de Gucci affichent de très bonnes performances sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, la collection Automne/Hiver 2007 ayant rencontré un grand succès : +22,3% pour le Prêt-à-porter, +17,0% pour les Chaussures, +8,8% pour la Maroquinerie. Hors activités Montres, la croissance sur le 3<sup>ème</sup> trimestre en comparable est de 12,2%, tirée par l'Asie-Pacifique hors Japon (+27%), l'Amérique du Nord (+13%) et l'Europe (+11%). Poursuivant son expansion mondiale, la marque a ouvert ce trimestre deux boutiques en Chine y portant le total à 16, et s'est implantée en Inde. Les événements majeurs du trimestre auront été les lancements de deux nouvelles campagnes de publicité, la première pour les bijoux, mettant en scène Drew Barrymore, Gucci recourant, pour la 1<sup>ère</sup> fois de son histoire, à une égérie, et la seconde pour le parfum *Gucci by Gucci*, dirigée par David Lynch.

### **Bottega Veneta à nouveau en forte hausse**

Avec un chiffre d'affaires en progression de 48% ce trimestre, Bottega Veneta réalise une performance exceptionnelle. La marque affiche des croissances à deux chiffres dans toutes les zones géographiques : +56% en Europe, +49% en Asie-Pacifique hors Japon, +47% au Japon et +32% en Amérique du Nord. A fin septembre, Bottega Veneta comptait 108 boutiques, dont deux en Chine.

### **Yves Saint Laurent poursuit sa croissance**

Le chiffre d'affaires d'Yves Saint Laurent progresse à un rythme soutenu (+20%) au 3<sup>ème</sup> trimestre, tiré par le dynamisme des marchés européen (+31%) et américain (+23%). La Maroquinerie et les Chaussures confirment leur succès commercial. Le trimestre a été marqué par le lancement réussi de la nouvelle collection de prêt-à-porter féminin, Edition 24, qui s'adresse à une clientèle jeune et active – segment sur lequel la marque souhaitait renforcer sa présence –, et par la nouvelle campagne de publicité Automne/Hiver 2007 déclinée sous forme de « Manifesto » diffusé dans les grandes capitales occidentales.

## **YSL Beauté confirme les bonnes tendances**

Le chiffre d'affaires d'YSL Beauté enregistre une solide progression de 8% au 3<sup>ème</sup> trimestre, soit +13% hors licences cédées ou arrêtées. Les marques stratégiques ont été particulièrement dynamiques ce trimestre : la marque Yves Saint Laurent avec le succès confirmé du parfum masculin *L'Homme Yves Saint Laurent*, le très bon accueil réservé à la nouvelle fragrance féminine *elle* lancée durant l'été et les bonnes performances des lignes de maquillage ; la marque Stella McCartney, notamment avec la ligne de soins organiques *Care* ; et enfin Roger & Gallet qui, à la suite du repositionnement de son image, affiche une réussite commerciale très prometteuse.

## **Succès avérés des « Autres marques »**

L'ensemble « Autres marques » réalise à nouveau un trimestre en très forte croissance, à +29%. Toutes les marques contribuent à cette remarquable progression, notamment Balenciaga, tiré par la Maroquinerie et le Prêt-à-porter, les marques Boucheron, Alexander McQueen et Stella McCartney qui affichent de fortes croissances à deux chiffres, et Sergio Rossi dont la collection Automne/Hiver 2007 est un beau succès commercial et médiatique.

## **Autres événements du 3<sup>ème</sup> trimestre 2007**

### **Offre publique d'achat sur United Retail Group**

Le 11 septembre 2007, Redcats USA a lancé une offre publique d'achat amicale sur les actions de United Retail Group (coté au NASDAQ), spécialiste de la vente de prêt-à-porter au travers de deux marques. Le 24 octobre 2007, Redcats USA a annoncé avoir acquis environ 83,9% des actions disponibles de United Retail Group. Le 1er novembre 2007, à l'issue de la période d'extension de l'offre, Redcats USA a porté sa participation à 86% puis a procédé à une fusion visant à convertir chaque action disponible de United Retail Group en un droit à percevoir 13,70 dollars par action en cash, sans intérêt. United Retail Group est devenue une filiale à part entière de Redcats USA.

Cette opération permettra à Redcats d'accélérer sa croissance aux Etats-Unis en doublant sa part de marché sur le segment porteur des grandes tailles et de compléter son portefeuille de marques par l'acquisition de compétences en matière de design et créativité et d'un réseau national de 487 boutiques. Redcats apportera son savoir-faire en sourcing et élargira ainsi son offre sur son site OneStopPlus.

### **Participation de PPR dans Puma**

A l'issue de la période additionnelle d'acceptation de l'offre ouverte du 28 juin 2007 au 11 juillet 2007, pendant laquelle les actionnaires de Puma avaient une dernière possibilité d'apporter leurs titres à l'offre de PPR au prix de 330 euros par action, PPR a annoncé, le 17 juillet 2007, détenir une participation de 62,1% dans le capital de Puma. Depuis cette date, PPR a porté sa participation à 62,9%.

Le montant de cette prise de participation de 62,9% dans Puma s'élève à 3 325 millions d'euros. La dette complémentaire liée à la montée de la participation de PPR dans Puma par rapport à celle enregistrée dans les comptes consolidés au 30 juin 2007 (taux de détention de 33,4%) est donc de 1 561 millions d'euros.



## CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE

PPR tiendra une conférence téléphonique pour les analystes et les investisseurs : à 16h30 (Europe continentale) / 15h30 (Royaume-Uni) / 10h30 (heure de la côte Est américaine) le mardi 6 novembre 2007

France : +33 (0)1 72 28 25 87  
Retransmission : +33 (0)1 72 28 01 49

Allemagne : +49 (0)69 2222 4999  
Retransmission : +49 (0)307 261 67360

UK : +44 (0)207 107 1613  
Retransmission : +44 (0)207 750 9931

US : +1 866 907 5925  
Retransmission : +1 866 828 2261

Code d'accès retransmission : 207992# (jusqu'au 23 novembre 2007)

«PODCAST» de la conférence téléphonique sur [www.ppr.com](http://www.ppr.com)

## PRESENTATION

Les visuels de présentation (PDF) seront disponibles avant la conférence téléphonique sur le site [www.ppr.com](http://www.ppr.com)



## A propos de PPR

*PPR développe un portefeuille de marques mondiales à fort potentiel de croissance. Le Groupe est actif dans 75 pays avec un effectif d'environ 78 000 personnes. Avec ses enseignes Redcats Group, Fnac, Conforama et CFAO, et les marques de luxe de Gucci Group (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, YSL Beauté, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, Alexander McQueen et Stella McCartney), PPR a réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 17,9 milliards d'euros. En 2007, PPR est devenu l'actionnaire majoritaire de Puma. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPF). Pour plus de renseignements : [www.ppr.com](http://www.ppr.com)*

## Contacts

Presse	Charlotte Judet	01 46 64 65 06	<a href="mailto:cjudet@ppr.com">cjudet@ppr.com</a>
	Catherine Malek	01 45 64 61 20	<a href="mailto:cmalek@ppr.com">cmalek@ppr.com</a>
Analystes/Investisseurs	Alexandre de Brettes	01 45 64 61 49	<a href="mailto:adebrettes@ppr.com">adebrettes@ppr.com</a>
	Emmanuelle Marque	01 45 64 63 28	<a href="mailto:emarque@ppr.com">emarque@ppr.com</a>

Site internet : [www.ppr.com](http://www.ppr.com)

## Annexe 1 : Chiffre d'affaires du troisième trimestre et des 9 premiers mois 2007

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
<b>Fnac</b>	<b>3 126,0</b>	<b>2 944,1</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>1 060,9</b>	<b>989,7</b>	<b>+ 7,2%</b>	<b>+ 7,1%</b>
<b>Redcats Group</b>	<b>3 066,2</b>	<b>3 091,9</b>	<b>- 0,8%</b>	<b>- 3,4%</b>	<b>957,5</b>	<b>947,7</b>	<b>+ 1,0%</b>	<b>- 0,6%</b>
<b>Conforama</b>	<b>2 410,6</b>	<b>2 330,1</b>	<b>+ 3,5%</b>	<b>+ 2,1%</b>	<b>887,7</b>	<b>871,7</b>	<b>+ 1,8%</b>	<b>+ 1,4%</b>
<b>CFAO</b>	<b>1 856,5</b>	<b>1 662,0</b>	<b>+ 11,7%</b>	<b>+ 20,9%</b>	<b>625,9</b>	<b>548,4</b>	<b>+ 14,1%</b>	<b>+ 23,7%</b>
<b>Puma <sup>(2)</sup></b>	<b>1 213,2</b>			<b>+ 1,1%</b>	<b>670,4</b>			<b>- 0,5%</b>
<b>Gucci Group</b>	<b>2 775,4</b>	<b>2 529,9</b>	<b>+ 9,7%</b>	<b>+ 15,2%</b>	<b>1 002,1</b>	<b>906,6</b>	<b>+ 10,5%</b>	<b>+ 15,9%</b>
Gucci	1 556,6	1 494,2	+ 4,2%	+ 10,3%	539,9	515,3	+ 4,8%	+ 10,8%
Bottega Veneta	261,5	186,0	+ 40,6%	+ 50,3%	96,4	69,2	+ 39,2%	+ 48,1%
Yves Saint Laurent	162,1	137,6	+ 17,8%	+ 22,6%	61,4	53,0	+ 15,7%	+ 20,1%
YSL Beauté	453,9	432,1	+ 5,1%	+ 8,0%	164,2	157,2	+ 4,5%	+ 7,7%
Autres marques	341,3	280,0	+ 21,9%	+ 25,4%	140,2	111,9	+ 25,3%	+ 28,9%
<i>Eliminations et autres</i>	<i>-12,6</i>	<i>-1,5</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>	<i>-9,6</i>	<i>-1,9</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>
<b>PPR - Activités poursuivies</b>	<b>14 435,3</b>	<b>12 556,5</b>	<b>+ 15,0%</b>	<b>+ 6,0%</b>	<b>5 194,9</b>	<b>4 262,2</b>	<b>+ 21,9%</b>	<b>+ 6,8%</b>
Activités non poursuivies <sup>(3)</sup>	1,1	551,1			0,2	171,0		

<sup>(1)</sup> A périmètre et taux de change comparables.

<sup>(2)</sup> Puma consolidé par intégration globale à compter du 1<sup>er</sup> avril 2007.

<sup>(3)</sup> Principalement France Printemps pour 509 millions d'euros sur les 9 mois 2006 et pour 161 millions d'euros au T3 2006.

## Annexe 2 : Chiffre d'affaires par zone géographique

### Fnac

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>2 269,4</b>	<b>2 192,7</b>	<b>+ 3,5%</b>	<b>+ 3,4%</b>	<b>766,4</b>	<b>735,9</b>	<b>+ 4,2%</b>	<b>+ 4,1%</b>
Espagne, Portugal, Belgique	598,4	535,2	+ 11,8%	+ 11,8%	205,3	183,1	+ 12,1%	+ 12,1%
Brésil, Suisse, Italie	258,2	216,2	+ 19,4%	+ 20,7%	89,1	70,7	+ 26,0%	+ 25,6%
<b>International</b>	<b>856,6</b>	<b>751,4</b>	<b>+ 14,0%</b>	<b>+ 14,4%</b>	<b>294,4</b>	<b>253,8</b>	<b>+ 16,0%</b>	<b>+ 15,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3 126,0</b>	<b>2 944,1</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>1 060,8</b>	<b>989,7</b>	<b>+ 7,2%</b>	<b>+ 7,1%</b>

### Redcats Group

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>1 413,0</b>	<b>1 462,2</b>	<b>- 3,4%</b>	<b>- 3,4%</b>	<b>443,8</b>	<b>440,6</b>	<b>+ 0,7%</b>	<b>+ 0,7%</b>
Royaume-Uni	300,8	331,1	- 9,1%	- 10,2%	95,5	104,0	- 8,2%	- 8,0%
Scandinavie	255,8	260,4	- 1,8%	- 1,9%	86,8	84,7	+ 2,5%	+ 2,3%
Etats-Unis	857,4	817,0	+ 4,9%	- 4,5%	259,3	253,9	+ 2,2%	- 4,1%
Autres pays	239,2	221,2	+ 8,1%	+ 9,1%	72,1	64,5	+ 11,8%	+ 12,9%
<b>International</b>	<b>1 653,2</b>	<b>1 629,7</b>	<b>+ 1,4%</b>	<b>- 3,5%</b>	<b>513,7</b>	<b>507,1</b>	<b>+ 1,3%</b>	<b>- 1,8%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3 066,2</b>	<b>3 091,9</b>	<b>- 0,8%</b>	<b>- 3,4%</b>	<b>957,5</b>	<b>947,7</b>	<b>+ 1,0%</b>	<b>- 0,6%</b>

### Conforama

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>1 725,4</b>	<b>1 610,3</b>	<b>+ 7,1%</b>	<b>+ 4,7%</b>	<b>650,6</b>	<b>619,3</b>	<b>+ 5,1%</b>	<b>+ 4,1%</b>
Italie	309,4	351,3	- 11,9%	- 11,9%	107,7	123,1	- 12,5%	- 12,5%
Suisse	178,4	168,4	+ 6,0%	+ 10,7%	57,9	56,1	+ 3,1%	+ 7,8%
Autres pays	197,4	200,1	- 1,4%	- 1,4%	71,5	73,2	- 2,4%	- 2,7%
<b>International</b>	<b>685,2</b>	<b>719,8</b>	<b>- 4,8%</b>	<b>- 3,9%</b>	<b>237,1</b>	<b>252,4</b>	<b>- 6,1%</b>	<b>- 5,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 410,6</b>	<b>2 330,1</b>	<b>+ 3,5%</b>	<b>+ 2,1%</b>	<b>887,7</b>	<b>871,7</b>	<b>+ 1,8%</b>	<b>+ 1,4%</b>

<sup>(1)</sup> A périmètre et taux de change comparables.

## Annexe 3 : Chiffre d'affaires du Gucci Group

### Gucci Group

#### Répartition par zone géographique

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
Europe	1 324,6	1 148,4	+ 15,3%	+ 15,8%	499,5	424,7	+ 17,6%	+ 18,2%
Amérique du Nord	520,4	496,1	+ 4,9%	+ 13,4%	184,6	182,6	+ 1,1%	+ 10,2%
Japon	388,4	408,4	- 4,9%	+ 8,5%	125,4	135,5	- 7,5%	+ 3,9%
Asie-Pacifique hors Japon	503,5	441,2	+ 14,1%	+ 21,3%	179,5	151,6	+ 18,4%	+ 26,1%
Autres pays	38,5	35,8	+ 7,5%	+ 14,7%	13,1	12,2	+ 6,8%	+ 14,7%
<b>TOTAL</b>	<b>2 775,4</b>	<b>2 529,9</b>	<b>+ 9,7%</b>	<b>+ 15,2%</b>	<b>1 002,1</b>	<b>906,6</b>	<b>+ 10,5%</b>	<b>+ 15,9%</b>

### Marque Gucci

#### Répartition par catégorie de produits

<i>(en millions d'€)</i>	Cumul à fin septembre 2007	Cumul à fin septembre 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>	T3 2007	T3 2006	Variation Réel	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
Articles de maroquinerie	843,9	831,6	+ 1,5%	+ 8,1%	283,9	277,8	+ 2,2%	+ 8,8%
Chaussures	238,7	206,5	+ 15,6%	+ 20,8%	83,7	74,9	+ 11,7%	+ 17,0%
Prêt-à-porter	216,7	186,2	+ 16,4%	+ 21,9%	85,6	73,2	+ 17,0%	+ 22,3%
Royalties et autres produits	257,3	269,9	- 4,7%	+ 0,6%	86,7	89,4	- 3,0%	+ 2,4%
<b>TOTAL</b>	<b>1 556,6</b>	<b>1 494,2</b>	<b>+ 4,2%</b>	<b>+ 10,3%</b>	<b>539,9</b>	<b>515,3</b>	<b>+ 4,8%</b>	<b>+ 10,8%</b>

<sup>(1)</sup> A périmètre et taux de change comparables.